

ТЕЗИСЫ И ПРОЕКТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «АНТРОПОЛОГИЯ РЕЛИГИИ»

Д. А. Давлетшина, М. В. Жукова, И. Т. Регульский, А. С. Смердова

ПРАВОСЛАВНАЯ ЯРМАРКА КАК ПРОДОЛЖЕНИЕ ЦЕРКОВНОГО В СВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Ключевые слова: православная ярмарка, православная вера, клир и мир.

В течение XX в. положение церкви в России имело изменчивый характер. Церковь была отделена от государства, подверглась гонениям, была отодвинута на периферию общественной жизни на семь десятилетий. В девяностые ситуация начала меняться в обратную сторону. Все еще отделенная от государства, но уже не преследуемая, церковь должна была отыскать новые пути взаимодействия с населением, привлечь как можно больше людей, определить путь работы в новых исторических условиях.

Одним из способов такой работы является православная ярмарка. Известные еще в дореволюционной России, в современности православные ярмарки обретают иной характер как в силу влияния прошлого столетия, когда на уровне официальной идеологии был закреплён научный атеизм, так и в силу отделённости церкви от государства. Православная ярмарка, по мнению Мартыновой Н. В. и Петровой Т. Ю [1, с. 127], – зарождающийся социальный институт, в котором сосуществуют и взаимодействуют религиозная и экономическая сферы. Православная ярмарка является продуктом взаимоотношений администрации, государства и митрополии. Совмещение экономической и религиозной областей порождает дискуссии в обществе касательно природы ярмарок и соотношения в ней двух разных сфер жизни общества. Один из центральных вопросов этой дискуссии: каким способом осуществляется деятельность монастырей и храмов в плане экономическом, и, как сами представители церкви идентифицируют себя на ярмарке. Чтобы ответить на этот вопрос авторы данной работы посетили православную ярмарку «Рождественский подарок», проходившую в Екатеринбурге с благословения Митрополита Екатеринбургского и Верхотурского Кирилла 15 декабря 2017 года.

Церковное в православной ярмарке не сводится к формальной роли, за которой стоят экономические по содержанию отношения. Ярмарка становится способом выхода церковного за пределы церкви, местом

выражения религиозной веры человека без непосредственного обращения к религии посредством церковной жизни [2, с. 194]. Человек не оставляет свою веру в храме, выходя из него, а продолжает нести её в себе и неосознанно стремится приобщиться к ней и на бытовом уровне. Т. е. уместно говорить о том, что православная ярмарка – это продолжение церковной жизни вне церкви. Увидеть это можно на двух уровнях: предметном и личностном.

На первом уровне связь между ярмаркой и православной верой проявляется в ассортименте товаров. Это крестики, иконы, платки для женщин, свечи. Т.е. это товары, имеющие очевидную привязку к православному веру и к духовной жизни православного верующего. Ярмарка становится носителем православной символики через товары, представленные на ней.

Важным является то, какая литература представлена для продажи на ярмарке. С одной стороны, это книги, имеющие прямое отношение к православию – Евангелие, молитвенники, труды Отцов Церкви и богословов. С другой стороны – это книги, посвященные вопросам существования христиан в наше время, их месту в современном мире, т. е. относящиеся в большей степени к практическим вопросам повседневности. Это литература, поясняющая отношение церкви к браку, к курению, к роли женщины, к подростковому периоду жизни и т. д. При обращении к представленной на выставке православной литературе, также раскрывается переход православного за пределы православия как такового в области, которые касаются жизнью православных верующих.

На личностном уровне указанный тезис проявляется, в первую очередь, в общении между людьми. Оно характеризуется как дружелюбно-назидательное. То есть, то, что говорят монахи, монахини и другие участники не воспринимается как принуждение к определенному стилю жизни или конкретным сиюминутным действиям. Но при этом чувствуется, что разговор ведётся не с позиций праздного любопытства или холодной объективности, а с позиции человека, который обладает уверенностью в правильности своих взглядов. Он осознает, что правильность его взглядов не изменится от мнения окружающих об этих взглядах, поэтому и общается в спокойном и дружелюбном тоне.

Лексика и речевые обороты, используемые в беседе с посетителями выставки, характеризуются тем, что в разговорах о тех или иных добродетелях ссылаются на Христа и его заповеди, а не, например, на светскую этику. Вопросы, касающиеся тех или иных жизненных трудностей и дилемм, разрешаются путем их привязки к религии. Например, одна из посетительниц совещалась с монахом из Всецарицынского мужского

монастыря по поводу недопонимания в отношениях с сыном. Стиль общения монаха, во-первых, совпадал с тем, который описан выше. Во-вторых, советы и аргументация давались на уровне именно православия. «Христос в Евангелии говорит, что...» – вот одна из вводных конструкций, наряду, например, с такой: «Святые Отцы говорили...». То есть, это были те же слова, которые можно было бы услышать в храме, обратившись к священнику за советом.

Так же при общении с монахинями из Казанского женского монастыря было выяснено, что главной целью данной ярмарки является миссионерство, то есть, распространение и усиление православия в обществе. Форму ярмарки эта деятельность принимает в силу невозможности вести ее другими способами. Это прямое доказательство того, что внецерковная деятельность крепко связана с церковной и является ее продолжением.

Помимо этого, некоторым информантам напрямую задавался вопрос о том, разделяют ли они каким-либо образом в собственном сознании мирскую и церковную жизнь. Все отвечали, что одно принципиально неотделимо от другого т. к. это две стороны одной и той же православной христианской жизни.

Взаимодействие представителей монастырей и храмов с посетителями происходит через общение, возникающее на фоне денежно-экономического обмена. Однако процесс продажи и покупки товара в данном случае выступает лишь поводом для дальнейшей религиозной деятельности в рамках ярмарки, а также необходимым условием участия в ней.

Православная ярмарка есть продолжение церковной жизни вне церкви, что находит свое отражение как на предметном, так и личностном уровнях. На предметном уровне это проявляется в том, что товары, представленные для продажи, носят православный характер. На личностном – в самоидентификации участниками ярмарки себя как православных, а также в видении цели своего участия в распространении и укреплении православия.

В рамках православной ярмарки тесно переплетаются обыденно-бытовые аспекты жизни, проявляющиеся в непосредственной организации ярмарки, а также религиозный аспект, который, как было показано выше, является определяющим по отношению к аспекту бытовому.

Библиографический список:

1. Мартынова Н. В., Петрова Т. Ю. Основные направления формирования института православной выставки-ярмарки // Религиоведение. 2010. – № 1. – С. 125–135.

2. Налетова И. Современные православные ярмарки как выражение православной веры вне храма // Религиозные практики в современной России: Сборник статей: новые материалы и исследования по истории русской культуры. – М.: Новое издательство, 2006. – С. 175–198.
3. Валетова Е. А. Православные выставки-ярмарки – «Новое забытое старое» // <http://www.pandia.ru/>: ежедн. интернет-изд. 2009. URL: <http://www.pandia.ru/text/78/179/7566.php> (дата обращения: 20.12.2017).
4. Косых И. Православие в торговых рядах. Количество чудотворных икон, привезенных на ВВЦ, поражало воображение // <http://credo.press/>: ежедн. интернет-изд. 2002. URL: <http://credo.press/site/?act=news&id=71723> (дата обращения: 20.12.2017).
5. Мартынова Н. В., Петрова Т. Ю. Православная ярмарка-выставка: особенности аудитории и мотивации посещения // Религиоведение. – 2008. – №1. С. 123–134.

Ф. Д. Редин., А. Д. Колпакова, Т. Л. Ковыляев

ИДЕНТИЧНОСТЬ И РЕЛИГИОЗНОСТЬ УЧАСТНИКОВ ПРАВОСЛАВНОЙ ЯРМАРКИ

Ключевые слова: православная ярмарка, идентичность, религиозность, православие, православие на Урале.

Мероприятия, подобные православным ярмаркам, являются одним из видов внецерковной деятельности религиозных сообществ, несомненно, заслуживающих всестороннего изучения религиоведами.

Исследовательской группой были произведены наблюдения за участниками ярмарки «Рождественский подарок», проходившей с 13 по 18 декабря 2017 г. в Уральском центре развития дизайна [1]. Задачами исследования было изучение групп-участников православной ярмарки, причин, побудивших их принять участие в мероприятии, а также изучение формы и содержания коммуникаций на ярмарке. Сбор эмпирических данных был произведен методами наблюдения и интервьюирования с последующим анализом полученного материала.

В результате аналитических процедур нами были сформулированы следующие тезисы:

1. Среди присутствовавших на ярмарке лиц оказалось возможным выделить группы по таким критериям как пол, возраст и цель посещения мероприятия. Среди представителей религиозных организаций,